

## به نام یگانه معلم هستی

تنش بین بهترینها در مقابل روشهای آینده موضوعی است که دامن گیر همه علوم من جمله علم بازاریابی است. بازاریابان از جامعه علمی مرتبط انتظار دارند که هم راه حل هایی برای امروز و هم راه حل هایی برای فردا ارائه نمایند، و این خواسته مهم به جهت عدم توجه توسط دانشگاه ها به شکل کاملا آگاهانه مورد توجه انجمن های علمی بالاخص انجمن علمی بازاریابی ایران قرار گرفته و در تلاش است تا با برگزاری رویدادهای علمی، عملی صدا و نیروی محرکه ای در راستای پاسخگویی به این مطالبه بحق بازاریابان باشد. موسسین و هیات مدیره انجمن رهبرانی داوطلبانه اند که چشم انداز تاثیرگذاری بر رویکردهای موفق در حوزه پاسخگویی به سوال مطرح شده را ایجاد نموده اند و بر آنند تا با به کارگیری تمام ظرفیتهای اعضا محترم و جامعه علمی کشور و همچنین تعامل با نهادهای علمی سایر کشورها، پاسخگوی نیازهای واقعی کسب و کارهای ایرانی باشند.

لذا برای نیل به این هدف والا، انجمن در مرحله نخست بر این اهتمام است تا روزی را به عنوان روز بازاریابی با همیاری شورای محترم انقلاب فرهنگی در تقویم ملی گنجانیده و در راستای شکاف های موجود بین کسب و کارها و دانشگاه و مراکز علمی نقش حلقه متصله را ایفا نماید.

برگزاری رویدادهای بین المللی و ملی، کمک و مشاوره، و انجام پژوهش های مرتبط در این حوزه که عمدتاً کمتر مورد توجه بخش های حرفه ای کشور بوده اند نیز از جمله اقدامات فصل گذشته انجمن شمرده می شود، و این مهم در سایه همکاری و مساعدت بزرگان داخلی و خارجی این حوزه آغاز گردیده اند. امیدواریم با مساعی و مشارکت شما عزیزان به انجام توأم با اکمال منتهی گردد.



حسین وظیفه دوست  
رئیس انجمن علمی بازاریابی ایران

خبرنامه داخلی  
انجمن علمی بازاریابی ایران

سال چهارم  
شماره هفدهم  
بهار ۱۴۰۰



انجمن علمی بازاریابی ایران

انجمن علمی بازاریابی ایران

بزرگترین رویداد علمی در حوزه بازاریابی و فروش کشور

**اولین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی صنعتی**

۴ خرداد ۱۴۰۰

1st International Conference on Industrial Marketing 25.May.2021

مدیر علمی کنفرانس: دکتر احمد روسا  
پدر علم بازاریابی ایران

**بازاریابی صنعتی 4.0**

ISC

محورهای کنفرانس

- دیجیتال مارکتینگ و بازاریابی نسل 4.0
- پارادایم های مذاکره و فروش در پرتو تحولات نوظهور
- استراتژی های بازاریابی صنعتی در پرتو انقلاب صنعتی 4.0
- تأثیر باندومی کرونا بر بازاریابی صنعتی
- نقش استارت آپ ها در بازاریابی صنعتی نسل 4.0
- سیاست های بازاریابی صنعتی برای تاب آوری در شرایط پیچیده کسب و کار

دبیرخانه کنفرانس:  
خیابان شیخ بهایی جنوبی، خیابان ایرانشناسی، شهرک والفجر، خیابان نهم  
روبروی خیابان ۵/۹، پلاک ۶، ساختمان شماره ۲ سازمان مدیریت صنعتی  
تلفن: ۸۸۶۰۲۲۲۲ داخلی ۴۰۲۳ تلفن مستقیم: ۸۸۶۰۲۲۸۶

حامیان کنفرانس

b2bmarketingconf.imi.ir  
conventioncenter@imi.ir



## اولین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی صنعتی در تاریخ ۴ خرداد ۱۴۰۰ توسط انجمن علمی بازاریابی ایران در شهر تهران برگزار گردید

بزرگترین رویداد در حوزه بازاریابی و فروش کشور در تاریخ ۴ خرداد ۱۴۰۰ با حضور گسترده اساتید دانشگاه ها، متخصصان حوزه مدیریت بازاریابی و فروش، مدیران ارشد بازاریابی شرکت های هولدینگ و سخنرانان بین المللی توسط انجمن بازاریابی ایران در شهر تهران برگزار شد. در این کنفرانس آخرین موضوعات با گرایش بازاریابی و فروش صنعتی، تبلیغات، برندینگ، دیجیتال مارکتینگ در قالب سخنرانی های تخصصی، کارگاه های آموزشی و پنل های تخصصی عنوان گردید.



در بخش دیگری از کنفرانس بین المللی بازاریابی مدیریت صنعتی با اهدا سردیس به دکتر احمد روستا پدر علم بازاریابی نوین ایران، از خدمات ایشان قدردانی شد. دکتر حسین وظیفه دوست رئیس انجمن علمی بازاریابی ایران ضمن اهداء سردیس، به پاس تلاش‌ها و زحمات مستمر این استاد گرانقدر در راستای توسعه و پیشرفت همه جانبه در حوزه بازاریابی نوین، از خدمات ۴۰ ساله ایشان تقدیر و تشکر نمودند.



# وبینارهای فصل بهار

انجمن علمی بازاریابی ایران

**مدیر: علیرضا پیر حیاتی**  
عضو هیات علمی دانشگاه و رییس انجمن علمی بازاریابی استان همدان

**انجمن علمی بازاریابی ایران برگزار می کند**

**وبینار تخصصی فنون مذاکره تجاری**

**چهارشنبه ۲۶ خرداد ماه ساعت ۱۸ الی ۲۰**

تلفن ثبت نام: ۰۲۱-۸۸۰۶۸۴۷۳ | ایمان.همدان@isma.org.ir | www.isma.org.ir

**نیت طلوع و کاربرد آن در بازاریابی**

ماهیت طلوع و نمودار آن در جداول هفت کاربرد آن در فرآیند تبلیغات و ستم بندی کاربرد آن در بازاریابی دیجیتال و طراحی سایت

چهارشنبه ۱۹ اردیبهشت ۱۴۰۰ ساعت ۱۶

مدرس: **مهران قاسم زاده**

مدرس: **مهرداد جواد بشکری**

مدرس: **سیما مهدی ناز**

مدرس: **مریم بصراک**

مدرس: **علیرضا پیر حیاتی**

مدرس: **فاطمه مختار خانی**

مدرس: **سیدمحمود طینت نیکبیر**

مدرس: **سارا محمدرضا**

مدرس: **علیرضا پیر حیاتی**

تلفن ثبت نام: ۰۲۱۸۸۰۶۸۴۷۳ | www.isma.org.ir | ۰۹۱۲۰۶۲۸۱۲۹

مرکز نوآوری فناوری های هوشمند با همکاری معاونت فرهنگی دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول برگزار می کند:

**وبینار**

**صنایع خلاق در صنعت بازاریابی**

با هدف تبیین شیوه نامه اولین رویداد ملی صنایع خلاق و فناوری های فرهنگی معاونت فرهنگی و دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی

مدرس: **دکتر بهزاد شهبازی**  
عضو هیات علمی گروه کار آفرینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول

**شنبه مورخ ۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۰ ساعت ۱۷ الی ۱۹**

آدرس وبینار: <http://L/ms.aliabad.au.ac.ir/f-tfack>

**مدیریت استراتژیک بازاریابی و ارتباطات با مشتریان در بازارهای مالی**

۱۲ خرداد الی ۳ تیر ماه چهارشنبه ها و پنجشنبه ها ساعت ۱۸ تا ۲۱ (مجموع ۲۴ ساعت)

هزینه دوره: آنلاین: ۱۲.۰۰۰.۰۰۰ ریال

گوایهنامه پایان دوره مشترک

لیک ثبت نام: [ife.ir/422](http://ife.ir/422) | ۰۳۱-۳۶۲۹۳۰۱

راهنمای خاص Bourse Solutions برای حرفه ای شدن

پروفسور **بهنام شاهنگیان**  
رییس انجمن علمی تخصصی بازاریابی ایران

پروفسور **رهنمای رودبشتی**  
رییس انجمن علمی تخصصی بازاریابی ایران

**وبینار طراحی مدل های تیم سازی در کسب و کار**

برگزار کننده: دفتر مشاوره و خدمات کار آفرینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول

تاریخ برگزاری: سه شنبه ۱۴۰۰/۰۱/۳۱ ساعت برگزاری: ۱۶ الی ۱۸

شماره تماس جهت ثبت نام: ۰۹۱۱۵۲۲۸۰۲۱

لینک ثبت نام و ورود به سامانه: <http://Edu.aliabadiau.ac.ir/akiu-vbinar.htm>

به صورت رایگان برگزار می شود.

مدرس: **مهدی تقوی**  
دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت بازاریابی مشاور و اعدای تولیدی و خدماتی مدرس دانشگاه

**وبینار آموزشی خراسان رضوی**

دکتر **نوش امیدی** بازاریاب حرفه ای

دکتر **معلم درازباز** بازاریاب حرفه ای

۲۵ فروردین ۱۴۰۰ چهارشنبه

**وبینار طراحی مدل بازاریابی نوین** (برای کسب و کارها در شرایط رکود تورمی)

تاریخ برگزاری: سه شنبه ۱۴۰۰/۰۲/۲۸ ساعت برگزاری: ۱۷ الی ۱۹

شماره تماس جهت ثبت نام: ۰۹۱۲۰۶۲۸۱۲۹ | ۰۲۱۸۸۰۶۸۴۷۳

مدرس: **دکتر بهزاد شهبازی**  
رییس انجمن علمی بازاریابی ایران، شعبه استان گلستان  
عضو هیات علمی دانشگاه



## نشست معرفی و بررسی کتاب «مدیریت برند با رویکرد برنامه ریزی» برگزار گردید



بخش زنده از طریق  
آبارت خانه کتاب  
و ادبیات ایران  
@khaneketab

معرفی و بررسی کتاب  
**مدیریت برند**  
با رویکرد برنامه ریزی

**سخنرانان**  
دکتر سید حمید خداداد حسینی (مؤلف)  
دکتر الهام علی اکبر (منتقد)  
دکتر مهدی مددخانی (منتقد)

( چهارشنبه ۱۹ خرداد ۱۴۰۰ ساعت ۱۵ )



به گزارش روابط عمومی خانه کتاب و ادبیات ایران، معرفی و بررسی کتاب «مدیریت برند با رویکرد برنامه ریزی» با حضور سید حمید خداداد حسینی (مؤلف کتاب)، الهام علی اکبر (منتقد) و مهدی مددخانی (منتقد) روز چهارشنبه نوزدهم خردادماه ۱۴۰۰ در خانه کتاب و ادبیات ایران برگزار شد. در ابتدای این برنامه سید حمید خداداد حسینی، «مدیریت جامع برند» را نخستین کتابی معرفی کرد که در این حوزه به رشته تحریر درآمده است و گفت: در این اثر بیشتر به بحث مکاتب، رویکردها، ارزشگذاری و توسعه برند ملی پرداختیم؛ به دلیل رشد رقابت، برند یکی از حوزه هایی است که در رابطه با مباحث بازاریابی به ویژه در چند دهه اخیر اهمیت زیاد و روزمره ای پیدا کرده است. از این رو کتاب «مدیریت برند با رویکرد برنامه ریزی» در سه بخش «مفاهیم و مبانی برند»، «موضوع برنامه ریزی و تدوین استراتژی های برند» و «پارادایم مدیریت برند» تدوین گردید. در این سه بخش به مفاهیم آشنایی با برند، تبلیغات برند، اصطلاح شناسی و شناخت شناسی برند اشاره شده است. اصول و تکنیک های برندسازی، مبانی و اصول برندسازی، شناخت هویت و شخصیت برند، مدیریت برند و تدوین استراتژیک برند نیز از فصول بخش دوم این کتاب است.

طی این نشست، مهدی مددخانی نیز برند را حلقه مفقوده در مباحث بازاریابی دانست و گفت: برند باید بتواند در یک محدوده کاملا مختصر هویت، اساس و اصول کالا را به مخاطب و مشتری برساند که نویسندگان به خوبی در «مدیریت برند با رویکرد برنامه ریزی» به آن پرداخته اند.

در بخش دیگر نشست نیز، الهام علی اکبر عنوان کرد: همانطور که در مقدمه کتاب آورده شده این اثر به لحاظ ساختاری به مفاهیم و اصول مدیریت برند پرداخته که در اصل رابطه ساختاری بین استراتژی و برند و مدیریت استراتژی برند را مطرح میکند. همچنین هدف آن به لحاظ کاربردی ارائه به سازمان ها با یک رویکرد برنامه ریزی برای بازار محصولات و ارزش آفرینی است. او با اشاره به اینکه مسئله برند و بازاریابی یک موضوع پویا است، مطرح کرد: با توجه به بازارهای چالشی که وجود دارد مصادیق دیگری هم در چند سال اخیر به مدیریت برند ورود پیدا کرده است که فکر میکنم جای آن در کتاب خالی است. مثال بحثی درباره نوآوری، به ویژه نوآوری در خصوص برند که البته به استراتژی های توسعه پایداری مرتبط میشود که میتواند در این اثر نیز جا بگیرد. وی با مرور کلی بر فصول مختلف کتاب اظهار نمود: شاید بتوانیم با یک تعدیلی در مفاهیم و سلسله مراتبی که در کتاب وجود دارد گفتارها و مفاهیم را یکپارچه کنیم و از تکراری شدن آنها جلوگیری کنیم و از سویی تمرکز خواننده را تا حد زیادی حفظ نماییم.





انجمن علمی بازاریابی استان گلستان و موسسه خودباوران کوثر برگزار می کنند:

## نقد و بررسی کتاب توسعه گردشگری شهری



**مؤلف حجت مقسم**  
مشاور و مدرس اقتصاد و کارآفرینی

### باحضور:

دکتر یاسر مقسم  
«مشاور کارآفرینی و مدرس دانشگاه»

دکتر مهدی نعیمی  
«عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی»

دکتر بهزاد شهرابی  
«عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی»

زمان: پنجشنبه ۶ خرداد ۱۴۰۰ ساعت ۶ عصر

Hojat\_Moghasem

## نشست معرفی، نقد و بررسی کتاب «کارآفرینی و پروژه»

سومین نشست نقد و بررسی کتاب نیز با عنوان توسعه گردشگری شهری به همت انجمن علمی بازاریابی ایران، شعبه استان گلستان در روز پنجشنبه ششم خرداد ماه سال ۱۴۰۰ با حضور حجت مقسم، مؤلف (کارآفرین برتر استان گلستان) دکتر بهزاد شهرابی (رئیس انجمن علمی بازاریابی ایران، شعبه استان گلستان) دکتر مهدی نعیمی (عضو هیئت علمی دانشگاه) دکتر یاسر مقسم (مدرس دانشگاه) برگزار گردید.

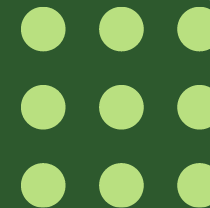


## برگزاری کلاس بانک تجارت در استان های تهران خراسان رضوی، کردستان، فارس و خوزستان این کلاس ها در سرتاسر کشور در همه شعب بانک تجارت برگزار می گردد





# انتصابات جدید



جناب آقای دکتر سید مصطفی شاکریان  
رئیس کمیته روابط عمومی



جناب آقای دکتر امیر میثم شیرزادی  
ریاست شعبه شرق مازندران



جناب آقای دکتر محمد جواد تقی پوریان گیلانی  
ریاست شعبه غرب مازندران

سرگماهی  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
انجمن علمی بازاریابی ایران

تاریخ: ۱۴۰۰/۰۳/۰۸  
شماره: ۰۰۱۲۳۴۵۶

شماره ثبت: ۳۳۳۳  
(ISMA)

**جناب آقای دکتر شاکریان**

نظر به مراتب تعهد، تخصص، توانمندی و تعهد ارزشمند جنابعالی به موجب این حکم به سمت رئیس کمیته روابط عمومی انجمن علمی بازاریابی ایران منصوب می‌گردد. امید است با توکل به خداوند تبارک و تعالی در انجام امور محوله موفق و پیروز باشید.

آرزوی توفیق روزافزون برای جنابعالی در این سمت و همه ادوار زندگی را داریم.

با تشکر  
حسین وظیفه دوست  
رئیس انجمن علمی بازاریابی ایران



ایران-تهران-ساده‌آبادی-بوسف آبد، پلاک ۹، ساختمان پرتکانه ۱-۱، پلاک ۵۹، طبقه سوم، واحد ۸  
تلفن: ۸۸۱۶۱۳۳ - ۸۸۱۶۱۳۳ - ۰۲۱ ایمیل: isma.org.ir@gmail.com وبسایت: www.isma.org.ir

سرگماهی  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
انجمن علمی بازاریابی ایران

تاریخ: ۱۴۰۰/۰۳/۰۸  
شماره: ۰۰۱۲۳۴۵۶

شماره ثبت: ۳۳۳۳  
(ISMA)

**جناب آقای دکتر میثم شیرزادی**

با توجه به وسعت استان مازندران و با تشکر از زحمات آقای دکتر عسگری در ریاست شعبه غرب مازندران نظر به مراتب تعهد، تخصص، توانمندی و تعهد ارزشمند جنابعالی به موجب این حکم به سمت رئیس شعبه شرق مازندران انجمن علمی بازاریابی ایران منصوب می‌گردد. لازم به ذکر است محدوده فعالیت شما تا شهر رویان می‌باشد و بقیه در حوزه مدیریت شرق استان قرار می‌گیرد. امید است با توکل به خداوند تبارک و تعالی در انجام امور محوله موفق و پیروز باشید.

آرزوی توفیق روزافزون برای جنابعالی در این سمت و همه ادوار زندگی را داریم.

با احترام  
حسین وظیفه دوست  
رئیس انجمن علمی بازاریابی ایران



ایران-تهران-ساده‌آبادی-بوسف آبد، پلاک ۹، ساختمان پرتکانه ۱-۱، پلاک ۵۹، طبقه سوم، واحد ۸  
تلفن: ۸۸۱۶۱۳۳ - ۸۸۱۶۱۳۳ - ۰۲۱ ایمیل: isma.org.ir@gmail.com وبسایت: www.isma.org.ir

سرگماهی  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
انجمن علمی بازاریابی ایران

تاریخ: ۱۴۰۰/۰۳/۰۸  
شماره: ۰۰۱۲۳۴۵۶

شماره ثبت: ۳۳۳۳  
(ISMA)

**جناب آقای دکتر محمد جواد تقی پوریان گیلانی**

با توجه به وسعت استان مازندران و با تشکر از زحمات آقای دکتر عسگری در ریاست شعبه غرب مازندران نظر به مراتب تعهد، تخصص، توانمندی و تعهد ارزشمند جنابعالی به موجب این حکم به سمت رئیس شعبه غرب مازندران انجمن علمی بازاریابی ایران منصوب می‌گردد. لازم به ذکر است محدوده فعالیت شما از شهر رویان می‌باشد و بقیه در حوزه مدیریت شرق استان قرار می‌گیرد. امید است با توکل به خداوند تبارک و تعالی در انجام امور محوله موفق و پیروز باشید.

آرزوی توفیق روزافزون برای جنابعالی در این سمت و همه ادوار زندگی را داریم.

با احترام  
حسین وظیفه دوست  
رئیس انجمن علمی بازاریابی ایران



ایران-تهران-ساده‌آبادی-بوسف آبد، پلاک ۹، ساختمان پرتکانه ۱-۱، پلاک ۵۹، طبقه سوم، واحد ۸  
تلفن: ۸۸۱۶۱۳۳ - ۸۸۱۶۱۳۳ - ۰۲۱ ایمیل: isma.org.ir@gmail.com وبسایت: www.isma.org.ir



# اقتصاد اشتراکی، جایگزین راه حل های سنتی



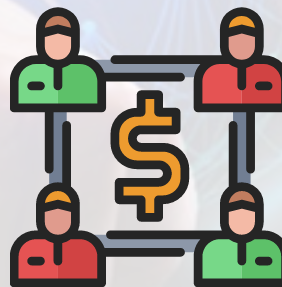
انجمن ملی بازرگانی و کسب و کار ایران

## اقتصاد اشتراکی در ایران

با افزایش روز افزون استفاده از فضای مجازی در ایران، بسیاری از خدماتی که قبلاً صرفاً به صورت حضوری قابل ارائه بوده اند، اکنون به شکل آنلاین در دسترس هستند. آسان سازی پاسخ به نیازهای روزمره با توجه به مشکلات متعدد حمل و نقل، ترافیک و مشکلات محیط زیست، مسیر حرکت بخش عظیمی از جامعه را به سمت پاسخگویی نیازها از طریق دنیای ارتباطات آنلاین سوق داده است. قصد مبادله کالا و مشارکت افراد در چنین مبادلات اقتصادی تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می گیرد. بعضی از این عوامل خارج از حیطه نفوذ بازاریابان است. با این وجود شناخت و توجه به آنها میتواند بازاریابان را در شناخت هرچه بهتر نیازهای مصرف کنندگان کمک کند. اقتصاد اشتراکی تأثیرات مثبت و منفی در چرخه اقتصاد ایران داشته و با ترکیب هسته های سازنده آن به اشکال گوناگون امکان ترمیم خلاءها و نیز مرتفع سازی نقاط ضعف اقتصادی جامعه و مدیریت نحوه تکوین مسائل دیگر پیرامون اقتصاد جامعه فراهم میگردد.

## اقتصاد مشارکتی و نقش آن در نظام اقتصادی

اینترنت از زمان آغاز شبکه جهانی وب در سال 1992 سیر تکاملی چشمگیری داشته است. این تحولات شامل کسب و کارهای اجتماعی، موبایل، الکترونیک و غیره میشود. همزمان با ظهور این تحولات، مدل های کسب و کار نیز تغییر یافت. در سالهای اخیر نگرش ها نسبت به مصرف تغییر پیدا کرده است و دغدغه های فرآیندها حول مسائل اجتماعی و زیست محیطی و تأثیرات آنها روی جامعه به وجود آمده است. نگرانی های فزاینده در باره تغییرات آب و هوایی و اشتیاق برای تعاملات اجتماعی در محل سکونت و مشارکت های جمعی باعث پدید آمدن مصرف اشتراکی و اقتصاد مشارکتی به عنوان یک جایگزین جذاب برای مصرف کنندگان شده است. از این رو مفهوم به اشتراک گذاری منابع به سرعت در حال تبدیل شدن به یک جریان اصلی و تأثیرگذار است.



## نگاهی به مفهوم اقتصاد اشتراکی

اقتصاد مشارکتی (اشتراکی) که همزمان با ظهور ساختارهای کسب و کاری که با الهام از فناوری های اجتماعی و نیاز رو به افزایش به علت ازدیاد جمعیت و کاهش منابع به وجود آمده بود، مطرح گردید، در ابتدا استراتژی منابع مشترک بود که به حالتی اشاره دارد که یک منبع مشترک متناهی بین تعداد زیادی از انسان ها وجود داشته باشد و آن ها در برابر این تصمیم قرار بگیرند که تا چه اندازه از آن منبع مشترک استفاده کنند. اقتصاد اشتراکی به این معناست که افراد و گروه ها می توانند به طور گسترده تری، دارایی های دیگران را اجاره کرده یا دارایی خود را اجاره دهند. امروزه به کمک اینترنت و مدل های کسب و کار مبتنی بر اینترنت، این امر بسیار ساده تر و آسان تر انجام میشود و افراد به کمک چنین نظامی، میتوانند از دارایی هایشان پول کسب کنند، بدون آنکه زحمت چندانی متحمل شده و هزینه چندانی برای مبادله هایشان بپردازند. اقتصاد اشتراکی برای توصیف فعالیت های اقتصادی و اجتماعی مربوط به معاملات آنلاین است که شامل جنبه های خرید جمعی، مصرف مشترک، مالکیت مشترک، ارزش مشترک، خلق مشترک، بازیافت مجدد، توزیع مجدد، تجارت محصولات استفاده شده، اجاره، قرض، تأمین مالی خرد، کارآفرینی خرد، منابع باز، اقتصاد مدور و بسیاری از مفاهیم دیگر که در این مدل کسب و کار مصداق دارند میشود.

# اقتصاد اشتراکی، جایگزین راه حل های سنتی



انجمن علمی بازاریابی ایران

## ایجاد احساس اعتماد در جامعه

یکی از جنبه های بسیار مهم اقتصاد اشتراکی ایجاد اعتماد در بین اعضای جامعه است. بسیاری از سیستم عامل های اقتصاد اشتراکی، دارای رتبه بندی، بازبینی و سیستم های امنیتی داخلی هستند که به صادق بودن ارائه دهندگان و مصرف کنندگان کمک می کند. این تلاش ها به اعتماد سازی کمک می کند و مشارکت کنندگان اقتصادی یکدیگر را برابر دیده و روابط سازنده ای را ایجاد می کنند که قبلاً وجود نداشته است.

## فرصت های شغلی بیشتر

هم زمان با ظهور اقتصاد اشتراکی در کشور ایران نیز شاهد ایجاد فرصت های شغلی فراوانی هستیم که پلتفرم هایی چون اسنپ (حمل و نقل) و یا اتاפק (اسکان) در اختیار جامعه قرار می دهند.



دکتر سید مصطفی شاکریان  
رئیس کمیته روابط عمومی  
انجمن علمی بازاریابی ایران

## مزایای اقتصاد اشتراکی

### افزایش قابلیت دسترسی به فرصت های خود اشتغالی

مصرف مشارکتی برای همه افراد درگیر مزایای اقتصادی زیادی دارد. با گسترش مشاغل آنلاین، مردم هم اکنون می توانند به راحتی از خانه خود کار کنند و یا از وسیله نقلیه خود برای ایجاد منبع درآمد اضافی استفاده کنند. مردم همچنین می توانند بسیاری از کالاهای غیر ضروری خود را به راحتی بفروشند.

### کمک به بازاریابی سبز

همه ما بخوبی می دانیم که سبک زندگی این روزها منجر به بروز انواع مشکلات زیست محیطی شده است. با بهم پیوستن منابع، اقتصاد اشتراکی برای جبران برخی از این مسائل، کاهش ضایعات و پایداری ترنگه داشتن عادت های هزینه ای، حل معضل ترافیک، مالکیت کمتر و مزیت های دیگر می تواند به جوامع کمک کند.

### توانمند سازی کارآفرینان و تحریک استارت آپ ها به پیشرفت

استارت آپ ها به عنوان قطب های خلاقیت و نوآوری، کلید اقتصاد مدرن پویا هستند. با این حال، اغلب اوقات کارآفرینان با محدودیت هایی از جمله کمبود دارایی، سرمایه و پشتیبانی مواجه می شوند. اقتصاد اشتراکی زندگی را برای شرکت های نوپا و کارآفرینان مشتاق آسان تر می کند، به طوری که در واقع فرد فقط به یک ایده و اینترنت نیاز دارد.

### پس انداز بیشتر با همان سبک زندگی

اقتصاد اشتراکی به معنای داشتن یک سبک زندگی مطلوب و همچنین خرید های ارزان تر است. افراد در پلتفرم های اشتراکی انتخاب های گسترده ای دارند. اقتصاد اشتراکی به راحتی می تواند در هر زمینه ای گزینه های اجاره را بدون آسیب رساندن به کیفیت به کاربران ارائه دهد.

در حالی که این روزها هنوز در اوایل ظهور اقتصاد اشتراکی به سر می بریم و هنوز این مدل در حال شکل گیری است، اما پتانسیل موجود بسیاری در این مدل نهفته است. این فناوری با گام های بزرگی که برداشته است، باعث کاهش زمان پردازش، افزایش ظرفیت و شبکه گسترده تر و به هم پیوسته تر شده است. همان طور که میدانیم فقط کلمه تغییر است که تغییر نمی کند و قطعاً در آینده نزدیک شاهد بزرگترین تغییرات در این مقوله خواهیم بود.

# خبرنامه انجمن علمی بازاریابی ایران



انجمن علمی بازاریابی ایران

صاحب امتیاز:

انجمن علمی بازاریابی ایران

مدیر مسئول:

دکتر حسین وظیفه دوست

نشانی دفتر انجمن:

خیابان اسدآبادی (یوسف آباد)،  
بالا تر از خیابان ۴۹، پلاک  
۴۵۱، ساختمان پزشکان ۵۰۱،  
طبقه سوم، واحد ۸

تلفن ۸۸۰۶۸۴۷۳ و ۸۸۶۲۴۰۹۵

[www.ISMA.org.ir](http://www.ISMA.org.ir)

[info@ISMA.org.ir](mailto:info@ISMA.org.ir)

## درخواست همکاری با انجمن

از تمامی اساتید، مدیران، کارشناسان و دانشجویان خانواده بازاریابی دعوت به عمل می آید با مراجعه به سایت انجمن علمی بازاریابی ایران و تکمیل پرسشنامه مربوطه، ما را در راستای انجام وظایفمان یاری فرمایند.

انجمن علمی بازاریابی ایران		فرم درخواست عضویت حقیقی	
فرم عضویت اشخاص حقیقی (وابسته / پیوسته / دانشجویی / افتخاری) مشخصات فردی			
نام:	شماره ملی:	تاریخ تولد:	نام خانوادگی:
Name:	شماره تلفن همراه:	شماره ثابت:	Last name:
کدپستی:		نشانی:	
سوابق تحصیلی و مشخصات شغلی			
آخرین مدرک تحصیلی:		نام محل کار:	
رشته تحصیلی:		سمت:	
نام دانشگاه:		تلفن محل کار:	
شماره دوره تحصیلی یا ورودی:		آدرس لینکداین:	
محل اخذ (کشور):		پست الکترونیکی شخصی:	
علاقه‌مند به فعالیت و همکاری در کدام یک از موارد زیر هستید			
<input type="checkbox"/> عضویت در کمیته‌های آموزش <input type="checkbox"/> آمار و اطلاعات <input type="checkbox"/> انتشارات <input type="checkbox"/> روابط بین‌الملل <input type="checkbox"/> همایش‌ها و کنفرانس‌ها <input type="checkbox"/> پذیرش			
<input type="checkbox"/> عضویت در گروه‌های تخصصی: برند <input type="checkbox"/> توزیع <input type="checkbox"/> فروش <input type="checkbox"/> قیمت گذاری <input type="checkbox"/> تحقیقات بازاریابی <input type="checkbox"/> استراتژی بازاریابی <input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/> گردشگری سلامت <input type="checkbox"/> گردشگری طبیعت گردی <input type="checkbox"/> گردشگری تفریحی <input type="checkbox"/> بازی پردازی <input type="checkbox"/> بسته بندی <input type="checkbox"/> ترویج و ارتباطات <input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/> سایر موارد: فعالیت‌های پژوهشی <input type="checkbox"/> ارائه سخنرانی <input type="checkbox"/> برگزاری کارگاه آموزشی <input type="checkbox"/> سایر موارد <input type="checkbox"/>			
<b>مدارک مورد نیاز:</b> (لطفاً اسکن مدارک زیر را از طریق ایمیل <a href="mailto:isma.org.ir@gmail.com">isma.org.ir@gmail.com</a> ارسال نمایید)			
<input type="checkbox"/>	۱- فرم درخواست عضویت حقیقی تکمیل شده		
<input type="checkbox"/>	۲- فایل الکترونیکی عکس ۳×۴ (جهت صدور الکترونیکی گواهی عضویت، کارت عضویت و درج در وبگاه انجمن)		
<input type="checkbox"/>	۳- کپی کارت ملی		
<input type="checkbox"/>	۴- کپی آخرین مدرک تحصیلی (جهت تعیین نوع عضویت)		
<input type="checkbox"/>	۵- رزومه فردی (در صورت تکمیل شده، برای قرار دادن در وبگاه انجمن)		
<input type="checkbox"/>	۶- تأییدیه ۵ سال سابقه مدیریتی (برای فوق‌لیسانس‌ها غیر مرتبط که تمایل دارند عضو پیوسته انجمن گردند)		
<input type="checkbox"/>	۷- کپی فیش واریزی مبلغ حداقل ۳۱۵۰۰۰۰۰ ریال برای اعضای پیوسته، مبلغ ۲۴۰۰۰۰۰۰ ریال برای اعضای وابسته و ۹۰۰۰۰۰۰ ریال برای عضویت دانشجویی به شماره حساب ۱۲۴۰۹۸۹۵۵ بانک تجارت، کد شعبه ۳۱۱ و یا به شماره کارت ۵۸۵۹۸۳۷۰۰۷۵۲۰۵۹۱ بنام انجمن علمی بازاریابی ایران و اطلاع‌رسانی به انجمن.		
اینجانب: ..... ضمن تأیید اطلاعات فوق درخواست عضویت حقیقی در انجمن را دارم.			
امضاء:		تاریخ:	
آدرس: تهران، خیابان سید جمال‌الدین اسدآبادی، بین خیابان ۴۹ و ۵۱ پلاک ۴۵۱ طبقه ۳، واحد ۸، تلفن: ۸۸۰۶۸۴۷۳			

دکتر گلاره مرتضایی

دکتر سید مصطفی شاکریان

همکاران این شماره

بهار ۱۴۰۰